***THE KNOWING AND POLITICIZING MULTINATIONAL FIRM*: ANALISIS STRATEGI *LUXURY BRANDING* PODUK APPLE DI JEPANG**

**Erti Kusuma Siahaan**

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Bisnis dan Humaniora

Universitas Teknologi Yogyakarta

Email: [ertikusuma26@gmail.com](mailto:ertikusuma26@gmail.com)

# **ABSTRAK**

Perusahaan Apple dikenal sebagai perusahaan yang inovatif dalam mengembangkan produknya. Perkembangan produk yang dihasilkan membuat Perusahaan Apple melakukan perluasan di negara Jepang. Produk pertama yang diluncurkan di negara Jepang yaitu iPhone 3G pada tahun 2008. Sebelum meluncurkan produk iPhone tersebut, perusahaan Apple melakukan penyesuaian terhadap masyarakat Jepang yang menjadikan Perusahaan Apple untuk terus mengembangkan dan meluncurkan produk baru nya di Jepang. Hal ini dilakukan sebagai upaya Perusahaan Apple meluncurkan produk nya dengan mengedepankan *luxury brand* sebagai bentuk analisis dari produk yang dihasilkan yang dikenal dengan kemewahan dan kualitasnya. Penelitian ini menggunakan perspektif *The knowing multinational firm* sebagai alat analisis yang digunakan dalam melihat keunggulan kompetitif dan R&D dari Perusahaan Apple dalam menguasai pangsa pasar di Jepang. Kemudian *the politicizing multinational* sebagai perspektif yang digunakan untuk mewujudkan hubungan bisnis perusahaan Apple dengan mitra luar negeri nya yaitu negara Jepang dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan Apple. Adapun metode yang digunakan oleh penulis yaitu metode kualitatif menggunakan studi kepustakaan dengan mencari sumber data melalui media online yang relevan. Dalam pembahasan isu tersebut penulis menemukan bahwa Perusahaan Apple dapat menguasai pangsa pasar di Jepang dengan menghasilkan produk dan merek yang premium serta konsisten terhadap desainnya yang ramping dan mewah. Dengan mengutamakan kualitas yang diberikan oleh perusahaan Apple terhadap produk yang akan dipasarkan di Jepang dan mengalahkan produk lokal.

**Kata Kunci :** Perusahaan Apple, Jepang, *Luxury Brand*, *Perspektif The Knowing Multinational Firm, The politicizing multinational*

***THE KNOWING AND POLITICIZING MULTINATIONAL FIRM: ANALYSIS OF APPLE'S LUXURY BRANDING STRATEGY IN JAPAN***

**Erti Kusuma Siahaan**

*International Relations Study Program*

*Faculty of Business and Humanities*

*University of Technology Yogyakarta*

*Email:* [*ertikusuma26@gmail.com*](mailto:ertikusuma26@gmail.com)

# ***ABSTRACT***

*The Apple company is known as an innovative company in developing its products. The development of the resulting product made the Apple Company expand in Japan. The first product launched in Japan was the iPhone 3G in 2008. Before launching the iPhone product, the Apple Company made adjustments to Japanese society. This makes the Apple Company continue to develop and launch its new products in Japan. This is done as an effort by the Apple Company to launch its products by prioritizing luxury brands as a form of analysis of the products produced which are known for their luxury and quality. This study uses the perspective of the knowing multinational firm as an analytical tool used to see the competitive advantage and R&D of the Apple Company in controlling market share in Japan and the politicizing multinational as a perspective that is used to realize the Apple company's business relationship with its foreign partners, namely Japan by utilizing the resources owned by the Apple company. The method used by the author is a qualitative method using a literature study by searching for data sources through relevant online media. In discussing this issue, the author finds that Apple Company can dominate market share in Japan by producing premium products and brands that are consistent with their sleek and luxurious designs. By prioritizing the quality provided by the Apple company to products to be marketed in Japan and beating local products.*

***Keywords:*** *Apple Company, Japan, Luxury Brand, The Knowing Multinational Firm Perspective, The Politicizing Multinational*